

**HUBUNGAN ANTARA PETANI KARET DENGAN TOKE (*PATRON-CLIENT*) DI DESA TERATAK KECAMATAN RUMBIO JAYA
KABUPAPEN KAMPAR**

**RELATIONSHIP BETWEEN FARMERS WITH RUBBER TOKE
(*PATRON-CLIENT*) TERATAK VILLAGE DISTRICTS RUMBIO JAYA
KAMPAR DISTRICT**

Refliana¹, Novia Dewi², Shorea Khaswarina²
Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
ReflianaRefy@yahoo.co.id (085264471161)

ABSTRACT

This study aims to determine the shape of the rubber marketing channels, costs, margins, profits and the relationship between the rubber farmers in the village Toke Teratak. This study uses survey and sampling techniques purposive sampling. The population in this study are 208 people with the number of farmers sampled as many as 24 people and 4 samples Toke appropriate criteria. More efficient marketing channels, namely, the marketing channel III. Marketing channel III total marketing costs are smaller and farmer's share (Part Farmers received) higher and lower marketing efficiency. The amount of marketing margin analysis contained in the marketing channel of rubber channel 1 and channel Toke In the third, amounting to Rp. 2,500/kg. Marketing efficiency is more efficient (smallest) obtained at the third marketing channel that is Rp. 6.08% with a marketing fee of Rp. 730/kg and the farmer received Rp. 83.33%. The relationship between farmers and the dominant Toke comes to accounts payable, so that farmers have a high dependence on Toke

Keyword: Marketing channels, Patron-Client, Rubber Farmer, Toke

PENDAHULUAN

Sektor Pertanian Indonesia, dewasa ini dan pada masa mendatang masih akan menghadapi tantangan yang besar, terutama pada subsektor nonpangan utama, seperti hortikultura, buah-buahan, perikanan, perkebunan dan juga perhutanan (Gumbira, 2004).

Karet alam merupakan salah satu komoditas pertanian yang penting untuk Indonesia dan lingkup internasional. Karet di Indonesia merupakan salah satu hasil pertanian

yang banyak menunjang perekonomian negara.

Kabupaten Kampar merupakan salah satu Kabupaten yang menghasilkan komoditi tanaman karet yang cukup luas. Luas area perkebunan karet di Kabupaten Kampar pada tahun 2012 yaitu, mencapai 101.597 hektar (BPS Riau Dalam Angka, 2013).

Kecamatan Rumbio Jaya terdapat tanaman belum menghasilkan (TBM) seluas 2677 hektar, Tanaman Menghasilkan (TM) seluas 1.189 hektar dan tanaman tua

1. Mahasiswa Jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Riau
2. Dosen Pembimbing Fakultas Pertanian Universitas Riau

rusak seluas 210 hektar. Jumlah Produksi tahun 2010 adalah 1.125 ton/tahun (Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar, 2011).

Desa Teratak merupakan desa yang mayoritas penduduknya bermata pencaharian sebagai petani karet, untuk memenuhi kebutuhan hidupnya sehari-hari. Pemasaran karet yang dilakukan petani terletak di Desa Teratak berhubungan langsung dengan toke. Terbentuklah suatu hubungan *patron-client*, toke sebagai *patron* dan petani sebagai *client*.

Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar, terdapat Toke Dalam dan Toke Luar yang membeli ojol petani. Sebagian

petani menjual hasil produksi karet (ojol) pada Toke Dalam dan juga Toke Luar yang mempunyai suatu ikatan yang cukup kuat. toke langsung datang ke lokasi perkebunan, untuk membeli ojol petani yang telah dikumpulkan disuatu tempat.

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui bentuk saluran pemasaran karet dan mengetahui penghitungan biaya, margin dan keuntungan dalam pemasaran karet serta untuk mengetahui hubungan antara petani dengan toke di Desa Teratak.

METODE PENELITIAN

Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Desa Teratak Kecamatan Rumbio Jaya Kabupaten Kampar. Pertimbangan pemilihan lokasi adalah berdasarkan mata pencaharian penduduk desa sekitar rata-rata adalah petani, dan terdapat petani yang mengusahakan komoditi karet serta banyak terdapat pedagang yang berada di desa tersebut. Penelitian ini dimulai pada bulan Juli 2013 sampai dengan Agustus 2014 yang meliputi, pengumpulan data dan pengolahan data serta penulisan skripsi.

Metode Pengambilan Sampel

Penelitian ini dilakukan dengan metode survei, yaitu melakukan pengamatan langsung ke lapangan dengan wawancara secara langsung kepada responden. Jumlah toke 4 orang, 2 Toke Dalam dan 2 Toke Luar. Masing-masing toke, dapatlah 4-6 orang petani sampel secara *purposive*, dengan kriteria luas lahan 1-2 hektar dengan umur tanaman

karet 6-30 tahun. Petani sampel didapat sebanyak 24 orang petani sampel.

Metode Pengambilan Data

Jenis data yang akan dikumpulkan meliputi data sekunder dan data Primer. data Primer diperoleh dari wawancara secara langsung kepada petani dan toke karet dengan menggunakan kuisisioner data sekunder diperoleh dari buku bacaan, profil desa, kecamatan dan kabupaten, sejarah dan perkembangan program diperoleh dari kantor desa, kecamatan, dan instansi terkait dengan masalah penelitian.

Analisis Data

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini, menggunakan analisis deskriptif kualitatif dan kuantitatif. Analisis secara kuantitatif, dengan menggunakan rumus margin pemasaran, keuntungan pemasaran, efisiensi pemasaran, rumus *farmer's share* (bagian yang diterima petani). Analisa kualitatif melalui diskusi

kelompok terhadap seluruh toke, petani dan tokoh masyarakat yang ada di Desa Teratak

1. Margin Pemasaran

Margin pemasaran dapat dihitung sebagai berikut (Sudiyono, 2002) yaitu:

$$MP = Pr - Pf$$

Dimana:

MP = Margin pemasaran (Rp/Kg)

Pr = Harga ditingkat pabrik (Rp/Kg).

Pf = Harga ditingkat pedagang pengumpul (Rp/Kg).

2. Keuntungan pemasaran

Menurut Soekartawi dalam Renaldi (2011), rumus keuntungan:

$$\pi = M - B$$

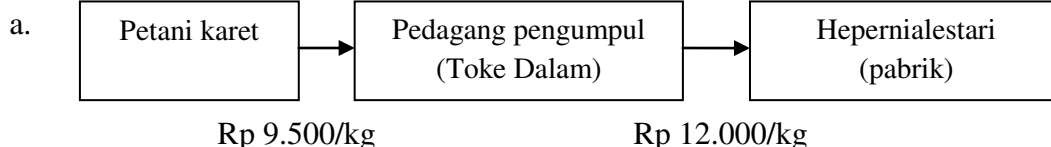
Dimana:

π = Keuntungan pemasaran (Rp/kg)

M = Margin pemasaran (Rp/kg)

B = Biaya Pemasaran (Rp/kg)

3. Efisiensi Pemasaran



Gambar 1. Saluran pemasaran karet saluran I (Toke Dalam) Desa Teratak

Saluran 1, dapat dilihat bahwa jalur pemasaran yang dilalui petani supaya ojol sampai ke pabrik pengolahan karet, dimulai dari petani kemudian ke pedagang pengumpul setelah itu barulah pedagang pengumpul membawa ojol ke pabrik dengan menggunakan truk.

Petani hanya bisa menjual ojolnya melalui pedagang pengumpul (Toke Dalam) dengan

Menurut Soekartawi (2002), Untuk menghitung efisiensi pemasaran digunakan rumus:

$$EP = \left[\frac{TB}{TNP} \right] \times 100\%$$

Dimana:

EP = Efisiensi pemasaran (%)

TB = Total Biaya (Rp/Kg)

TNP = Total Nilai Produk (Rp/Kg)

4. *Farmer's share* (bagian yang diterima petani)

Rumus *farmer's share* Meryani (2008), dengan rumus:

$$FS = Pf / Pr \times 100\%$$

FS = *Farmer's share*

Pf = Harga diringkat petani (Rp/kg)

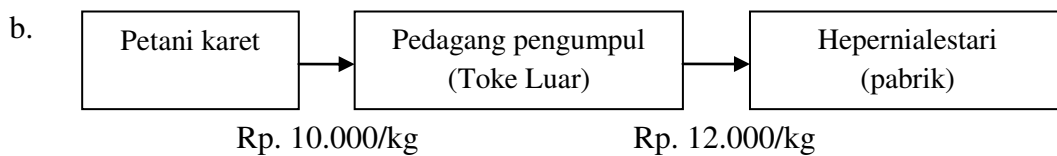
Pr = Harga ditingkat lembaga pemasaran (Rp/kg)

HASIL DAN PEMBAHASAN

Saluran Pemasaran, Biaya dan Margin Pemasaran

Terdapat tiga saluran pemasaran karet Desa Teratak, yaitu saluran pemasaran satu, dua dan tiga.

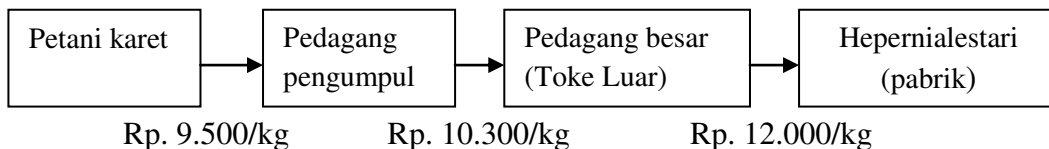
harga ojol Rp. 9.500/kg dan biaya penyusutan ojol petani sebesar 2% atau Rp. 190/kg, biaya penyusutan ojol sesuai dengan kualitas ojol petani sampel. Pedagang pengumpul (Toke Dalam) langsung menjual ojol ke pabrik pengolahan karet dengan harga ojol Rp. 12.000/kg. Saluran I Toke Dalam memperoleh margin pemasaran sebesar Rp. 2.500kg.



Gambar 2. Saluran pemasaran karet saluran I (Toke Luar) Desa Teratak

Gambar II, petani menjual ojol melalui pedagang pengumpul dengan harga ojol Rp. 10.000/kg dengan biaya penyusutan ojol sebesar 3% atau Rp. 300/kg. Pedagang pengumpul menjual ojol ke pabrik dengan harga ojol sebesar Rp. 12.000/kg. Total margin pemasaran

saluran I Toke Luar sebesar Rp. 2.000/kg. Petani yang memilih menjual ojol pada saluran satu Toke Luar disebabkan karena, harga ojol yang lebih tinggi, adanya hutang petani pada toke sehingga petani tidak bisa berpindah ke toke lainnya.



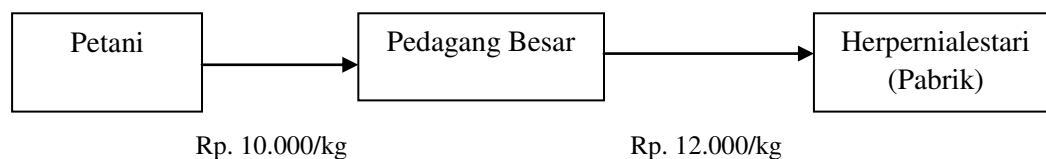
Gambar 3 . Saluran pemasaran karet saluran II

Petani menjual ojol melalui pedagang pengumpul (Toke Dalam) kemudian baru ke pedagang besar. Barulah pedagang besar langsung membawa ojol yang telah dibeli dari pedagang pengumpul ke pabrik pengolahan karet.

Saluran pemasaran II, petani menjual ojol ke pedagang pengumpul (Toke Dalam) Rp. 9.500/kg ojol dengan penyusutan ojol petani sebesar 3% atau 300/kg dan jumlah sampel petani pada saluran II Toke Luar yaitu, sebanyak 16,67% dan Saluran pemasaran II, petani menjual ojol ke pedagang pengumpul (Toke Dalam) Rp. 9.500/kg ojol dengan penyusutan ojol petani sebesar 3% atau 300/kg dan jumlah petani

sampel pada saluran II Toke Luar yaitu, sebanyak 16,67% dan total margin saluran II Rp. 2.500/kg.

Pedagang pengumpul menjual ojol ke pedagang besar (Toke Luar) sebesar Rp. 10.300/kg. Pedagang Besar menjual ke pabrik pengolahan karet dengan harga ojol Rp. 12.000/kg. Petani yang memilih menjual ojol pada saluran dua pedagang pengumpul Toke Dalam, karena adanya hutang petani pada toke, adanya hubungan keluarga sehingga petani lebih memilih menjual ojolnya ke toke yang mempunyai hubungan keluarga dari pada yang tidak mempunyai hubungan keluarga.



Gambar 4 . Saluran pemasaran karet saluran III

Gambar 4, terlihat bahwa petani menjual ojol ke pedagang Besar Toke Luar dengan harga ojol Rp. 10.000/kg dan penyusutan ojol petani sebesar 1,5% atau 150/kg. Jumlah petani sampel saluran III sebesar 20,83%. Pedagang Besar menjual ojol ke pabrik dengan harga

ojol Rp. 12.000/kg dan total margin yang diperoleh sebesar Rp. 2.000/kg. Alasan petani menjual ojol ke Pedagang Besar disebabkan karena, selain harga ojol yang tinggi juga biaya penyusutan ojol yang rendah dari pada pedagang karet lainnya.

Tabel 1. Persentase Harga Saluran Pemasaran Desa Teratak

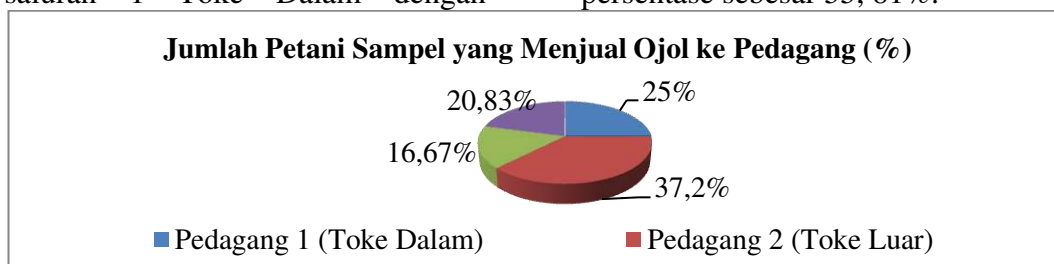
| Saluran Pemasaran Karet | Harga (Rp/Kg) | Persentase (%) |
|--|---------------|----------------|
| Saluran 1 (Toke Dalam) | | |
| 1. Petani – Pedagang Pengumpul | 9.500 | 44,19 |
| 2. Pedagang Pengumpul – Pabrik | 12.000 | 55,81 |
| Total | 21.500 | 100 |
| Saluran 1 (Toke Luar) | | |
| 1. Petani – Pedagang Pengumpul | 10.000 | 45,45 |
| 2. Pedagang Pengumpul – Pabrik | 12.000 | 54,55 |
| Total | 22.000 | 100 |
| Saluran 2 | | |
| 1. Petani - Pedagang Pengumpul | 9.500 | 29,87 |
| 2. Pedagang pengumpul - Pedagang Besar | 10.300 | 32,39 |
| 3. Pedagang Besar – Pabrik | 12.000 | 37,74 |
| Total | 31.800 | 100 |
| Saluran 3 | | |
| 1. Petani - Pedagang Besar | 10.000 | 45,45 |
| 2. Pedagang Besar – Pabrik | 12.000 | 54,55 |
| Total | 22.000 | 100 |

Sumber: Data Primer Olahan 2014, Desa Teratak

Tabel 1, persentase harga saluran 1 Toke Dalam yang terbesar yaitu pedagang pengumpul menjual ke pabrik dengan persentase sebesar 55,81%, sedangkan persentase saluran 1 Toke Luar yang terbesar yaitu pedagang pengumpul menjual ke pabrik dengan persentase sebesar 54,55%. Saluran 2, persentase

terbesar yaitu pedagang Besar menjual ke pabrik dengan persentase sebesar 37,74% dan persentase saluran 3, dengan persentase terbesar yaitu pedagang Besar menjual ke pabrik sebesar 54,55%. Persentase harga yang terbesar dari semua saluran yang ada yaitu, terdapat pada

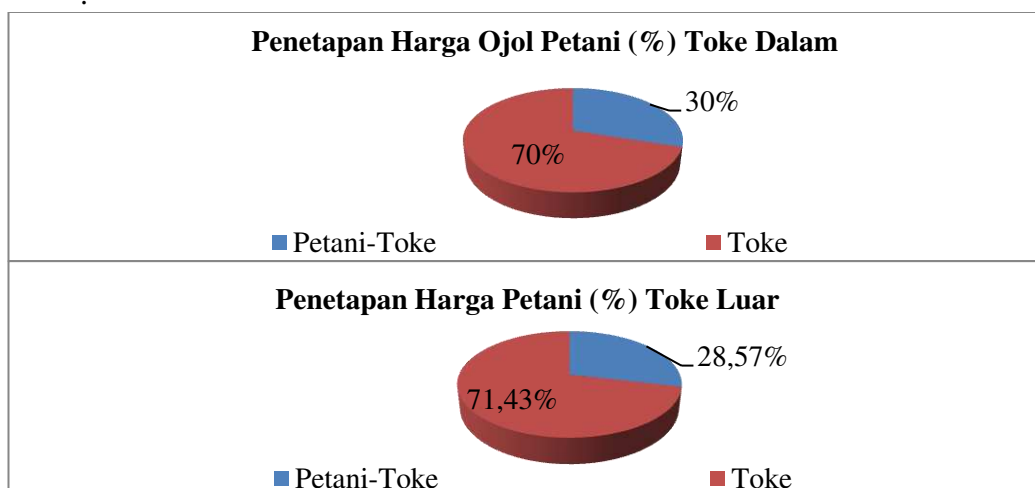
saluran 1 Toke Dalam dengan persentase sebesar 55,81%.



Gambar 5. Persentase Jumlah Petani yang Menjual karet ke Toke Dalam, Toke Luar

Gambar 5, jumlah petani sampel yang banyak menjual ojol yaitu terdapat pada pedagang 2 Toke Luar dengan persentase terbesar 37,2% (9 orang). Petani lebih banyak menjual ojol ke pedagang 2 Toke Luar disebabkan karena, pada saat

pengambilan sampel dari masing-masing toke dengan kriteria luas lahan 1-2 hektar, responden pedagang 2 Toke Luar lebih banyak memiliki luas lahan 1-2 hektar dibandingkan dengan toke lainnya



Gambar 6. Persentase Penetapan Harga Ojol Desa Teratak, 2014

Gambar 6, bahwa untuk penetapan harga ojol di Desa Teratak antara petani dan toke, sebagian besar harga ojol ditetapkan sepihak oleh Toke dengan persentase sebesar 70% dari Toke Dalam dan 71,43% untuk persentase penetapan harga ojol yang ditetapkan oleh Toke Luar. Penetapan harga ojol yang sepihak

oleh toke tidak membuat petani merasa dirugikan, karena harga ojol yang ditetapkan toke sudah sesuai dengan kualitas ojol petani sampel. Negosiasi antara petani dengan toke dapat terjadi apabila kualitas ojol petani bagus dan petani merupakan langganan toke, sehingga harga ojol bisa sedikit lebih tinggi.

Analisis Saluran Pemasaran Karet Desa Teratak

Tabel 2. Analisis Pemasaran Karet Saluran I Pedagang Pengumpul (Toke Dalam) Desa Teratak (Rp/Kg)

| NO | Uraian | Harga (Rp/Kg) | | |
|----|-----------------------------|---------------|---------------|----------------|
| | | Jual/Beli | Biaya (Rp/Kg) | Persentase (%) |
| 1 | Petani | | | |
| | a. Harga Jual | 9.500 | | |
| 2 | Pedagang Pengumpul | | | |
| | a.Harga Beli | 9.500 | | |
| | b.Biaya | | | |
| | -Bongkar Muat | | 150 | 15,79 |
| | -Transportasi | | 200 | 21,05 |
| | -Penyusutan 5% | | 600 | 63,16 |
| | Total Biaya | | 950 | 100 |
| | c.Harga Jual | 12.000 | | |
| | d.Margin | 2.500 | | |
| | e.Keuntungan | 1.550 | | |
| 3 | Harga Pembelian Pabrik | 12.000 | | |
| 4 | Total Margin Pemasaran | 2.500 | | |
| 5 | Total Biaya Pemasaran | 950 | | |
| 6 | Bagian yang diterima petani | | | 79,16% |
| 8 | Efisiensi Pemasaran | | | 7,92% |

Sumber: Data olahan Desa Teratak, 2014

Harga jual petani dan pedagang pengumpul (Toke Dalam), yaitu sebesar Rp. 9.500/kg. Harga karet di tentukan sepihak oleh toke. Biaya pada Tabel 2 yaitu biaya-biaya yang di keluarkan Toke Dalam untuk memasarkan karet petani.

Biaya-biayaannya yaitu, bongkar muat sebesar Rp. 150/kg, Transportasi sebesar Rp. 200/kg, Penyusutan 5%, biaya penyusutan yaitu biaya penyusutan karet dalam keadaan kering pada saat di bawa ke pabrik pengolahan karet oleh toke sebesar 5%.

Harga jual pabrik yaitu sebesar Rp. 12.000/kg, sedangkan margin pemasaran karet sebesar Rp. 2.500/kg. keuntungannya sebesar Rp. 1.550/kg. efisiensinya sebesar

7,92%. Artinya, pemasaran karet Desa Teratak saluran satu Toke Dalam cukup efisien, dikarenakan tidak terlalu besarnya persentase efisiensi pemasaran karet. Bagian yang diterima petani yaitu sebesar 79,17%.

Petani dalam memasarkan karet tanpa adanya biaya pengangkutan, biaya pemasaran timbul pada Toke Dalam baik di desa maupun ke pabrik pengolahan karet. toke langsung mengangkat karet petani sehingga tidak ada biaya pengangkutan bagi petani, tetapi menimbulkan biaya penyusutan karet sebesar 2% yang di potong pada saat petani menjual hasil produksi karet tersebut.

Tabel 3. Analisis Pemasaran Karet Saluran I Pedagang Pengumpul (Toke Luar) Desa Teratak (Rp/Kg)

| NO | Uraian | Harga (Rp/Kg) | | |
|----|-----------------------------|---------------|---------------|----------------|
| | | Jual/Beli | Biaya (Rp/Kg) | Persentase (%) |
| 1 | Petani | | | |
| | a. Harga Jual | 10.000 | | |
| 2 | Pedagang Pengumpul | | | |
| | a.Harga Beli | 10.000 | | |
| | b.Biaya | | | |
| | -Bongkar Muat | | 200 | 7,52 |
| | -Transportasi | | 100 | 11,28 |
| | -Penyusutan 5% | | 600 | 81,20 |
| | Total Biaya | | 900 | 100 |
| | c.Harga Jual | 12.000 | | |
| | d.Margin | 2.000 | | |
| | e.Keuntungan | 1.100 | | |
| 3 | Harga Pembelian Pabrik | 12.000 | | |
| 4 | Total Margin Pemasaran | 2.000 | | |
| 5 | Total Biaya Pemasaran | 900 | | |
| 6 | Bagian yang diterima petani | | | 83,33% |
| 8 | Efisiensi Pemasaran | | | 7,5% |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Harga jual petani dan harga beli pedagang pengumpul (Toke Luar) sama karena harga karet ditentukan sepihak oleh Toke, biaya pada Tabel 3 yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan Toke Luar untuk memasarkan karet petani.

Biayanya yaitu, bongkar muat sebesar Rp. 200/kg, transportasi sebesar Rp. 100/kg. Biaya penyusutan yaitu biaya penyusutan karet dalam keadaan kering pada saat di bawa ke pabrik pengolahan karet oleh toke sebesar 5% biaya penyusutan karet.

Margin pemasaran diperoleh dari harga jual pabrik dikurang dengan harga beli toke pada petani, sehingga dapatlah marginnya sebesar Rp. 2000/kg. Keuntungan diperoleh dari total biaya di kurang dengan margin, sehingga dapatlah keuntungannya sebesar Rp. 1.100/kg.

Efisiensi pemasaran diperoleh dari total biaya di bagi dengan harga pabrik dan dikalikan dengan 100% sehingga efisiensinya sebesar 7,5% artinya, pemasaran karet saluran satu Toke Luar dapat dikatakan efisien karena nilai efisiensi pemasarannya tidak besar. Bagian harga yang diterima petani (farmer's share) yaitu sebesar 83,33%.

Tabel 4. Analisis Pemasaran Karet Saluran II Pedagang Pengumpul (Toke Dalam) Di Desa Teratak (Rp/Kg)

| NO | Uraian | Harga (Rp/kg) | | |
|----|-----------------------------|---------------|---------------|----------------|
| | | Jual/Beli | Biaya (Rp/kg) | Persentase (%) |
| 1. | Petani | | | |
| | a. Harga Jual | 9.500 | | |
| | b. Biaya (Penyusutan 3%) | | 285 | |
| | c. Keuntungan | 9.215 | | |
| 2. | Pedagang Pengumpul | | | |
| | a. Harga Beli | 9.500 | | |
| | b. Biaya | | 200 | 66,7 |
| | -Bongkar Muat | | 100 | 33,3 |
| | -Transportasi | | 300 | 100 |
| | Total Biaya | | | |
| | c. Harga Jual | 10.300 | | |
| | d. Margin | 800 | | |
| | e. Keuntungan | 500 | | |
| 3. | Pedagang Besar | | | |
| | a. Harga Beli | 10.300 | | |
| | b. Biaya | | | |
| | -Bongkar Muat | | 150 | 20,55 |
| | -Transportasi | | 100 | 13,70 |
| | -Penyusutan 4% | | 480 | 65,75 |
| | -Total Biaya | | 730 | 100 |
| | c. Harga Jual | 12.000 | | |
| | d. Margin | 1.700 | | |
| | e. Keuntungan | 970 | | |
| 4. | Harga pembelian pabrik | 12.000 | | |
| 5. | Total Margin pemasaran | 2.500 | | |
| 6. | Total Biaya pemasaran | 1.315 | | |
| 7. | Bagian yang diterima petani | | | 79,16% |
| 8. | Efisiensi pemasaran | | | 10,96% |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Harga jual petani dan harga beli pedagang pengumpul (Toke Dalam) sama karena harga karet ditentukan sepihak oleh pedagang pengumpul itu sendiri. Biaya pada Tabel 4 yaitu biaya-biaya yang dikeluarkan pedagang pengumpul dan pedagang Besar, untuk memasarkan karet petani. Penyusutan yaitu sebesar 3% biaya penyusutan karet, dan 4% biaya penyusutan karet pedagang Besar pada saat dibawa ke pabrik.

Pedagang pengumpul (Toke Dalam) menjual ojol ke pedagang besar dengan harga jual yaitu sebesar Rp. 10.300/kg, dan pedagang Besar menjual ojol ke pabrik sebesar Rp. 12.000/kg. Total margin pemasaran sebesar Rp. 800/kg untuk pedagang pengumpul dan Rp. 1.700/kg total margin untuk pedagang Besar. Keuntungan yang diperoleh pedagang pengumpul sebesar Rp. 191/kg dan keuntungan yang diperoleh pedagang Besar yaitu Rp. 970/kg. Efisiensi pemasaran sebesar 6% dan 6,08%

efisiensi untuk pedagang Besar. Artinya, pemasaran karet saluran dua semakin efisien karena rendah atau

kecilnya persentase efisiensi pemasaran karet.

Tabel 5. Analisis Pemasaran Karet Saluran III Pedagang Besar (Toke Luar) Di Desa Teratak (Rp/Kg)

| NO | Uraian | Harga (Rp/kg) | | |
|----|--|---------------|---------------|----------------|
| | | Jual/Beli | Biaya (Rp/kg) | Persentase (%) |
| 1 | Petani | | | |
| | a. Harga Jual | 10.000 | | |
| 2 | Pedagang besar | | | |
| | a. Harga Beli | 10.000 | | |
| | b. Biaya | | | |
| | -Bongkar Muat | | 150 | 20,55 |
| | -Transportasi | | 100 | 13,70 |
| | -Penyusutan 4% | | <u>480</u> | <u>65,75</u> |
| | Total Biaya | | 730 | 100 |
| | c. Harga Jual | 12.000 | | |
| | d. Margin | 2.000 | | |
| | e. Keuntungan | 1.270 | | |
| 3 | Harga Pembelian pedagang besar (Toke Luar) | 12.000 | | |
| 4 | Total Margin Pemasaran | 2.000 | | |
| 5 | Total Biaya Pemasaran | 730 | | |
| 6 | Bagian yang diterima petani | | | 83,33% |
| 8 | Efisiensi Pemasaran | | | 6,08% |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Harga jual petani dan harga beli pedagang besar (Toke Luar) sama karena harga karet di tentukan sepihak oleh toke itu sendiri sebesar Rp 10.000/kg Biaya pada Tabel 5 yaitu biaya-biaya yang di keluarkan Toke Luar untuk memasarkan karet petani. Biaya penyusutan yaitu sebesar 4%

Margin pemasarannya sebesar Rp. 1700/kg, sedangkan keuntungan sebesar Rp 970/kg dan efisiensinya sebesar Rp 6,08%. Artinya, pemasaran karet saluran tiga cukup efisien karena rendahnya persentase efisiensi pemasaran karet. Bagian harga yang di terima petani (farmer's share) sebesar 83,33%.

Hubungan Antara Petani Karet dengan Toke (*Patron-Client*) Desa Teratak

Hubungan yang terjalin antara petani dengan toke tidak hanya hubungan dalam pemasaran saja, tetapi juga peminjaman uang dan sarana produksi. Banyaknya jumlah pinjaman petani dapat

Mempengaruhi keterikatan petani terhadap toke, sehingga petani terpaksa menjual ojol ke toke yang bersangkutan, hal ini dapat membuat hubungan antara petani dan toke bertahan lama.

Tabel 6 . Jumlah Petani yang Meminjam Uang dan Tidak Meminjam Uang pada Toke Dalam Saluran I

| No sampel | Petani yang meminjam uang dan tidak meminjam uang/tahun(Rp) | Persentase (%) |
|-----------|---|----------------|
| 1 | 5.500.000 | 34 |
| 2 | 0 | 0 |
| 3 | 3.600.000 | 22,4 |
| 4 | 3.000.000 | 18,6 |
| 5 | 2.000.000 | 12,4 |
| 6 | 2.000.000 | 12,4 |
| Jumlah | 16.100.000 | 100 |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Jumlah pinjaman petani pada saluran satu Toke Dalam yang terbesar 34% dan yang paling kecil sebesar 12,4% pada Toke Dalam. Sistem pengembalian pinjaman petani karet, dipotong dari setiap

penjualan dan tanpa adanya bunga. Hari lebaran Toke Dalam memberi tunjangan hari raya (THR) seperti memberi sirup, kain sarung serta uang sejumlah Rp. 50.000 pada tiap-tiap petani.

Tabel 7. Jumlah Petani yang Meminjam Uang dan Tidak Meminjam Uang Pada Toke Luar Saluran I

| No Sampel | Petani yang meminjam uang dan tidak meminjam uang/tahun(Rp) | Persentase (%) |
|-----------|---|----------------|
| 1 | 3.400.000 | 17 |
| 2 | 3.500.000 | 18 |
| 3 | 1.000.000 | 5 |
| 4 | 5.000.000 | 25 |
| 5 | 0 | 0 |
| 6 | 2.000.000 | 10 |
| 7 | 0 | 0 |
| 8 | 3.000.000 | 15 |
| 9 | 2.000.000 | 10 |
| Jumlah | 19.900.000 | 100 |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Jumlah pinjaman petani dengan persentase terbesar yaitu sebesar 25%, dengan sistem pengembalian dipotong dari setiap penjualan ojol tanpa adanya bunga.

Alasan lain petani karet memilih menjual ke Toke Luar yaitu karena menurut petani karet Toke Luar tidak terlalu banyak perhitungan dalam membeli ojol dan

Toke Luar juga paham terhadap pelanggan serta petani sudah merasa percaya pada Toke Luar tersebut.

Toke Luar juga memberikan tunjangan hari raya kepada petani karet seperti pemberian sirup, kain sarung serta uang sebesar Rp. 50.000 pada setiap petani yang menjual ojol kepada toke.

Tabel 8 . Jumlah Petani yang Meminjam Uang dan Tidak Meminjam Uang pada Pedagang Pengumpul (Toke Dalam) Saluran II

| No sampel | petani yang meminjam uang dan tidak meminjam uang/tahun(Rp) | Persentase (%) |
|-----------|---|----------------|
| 1 | 1.425.000 | 75 |
| 2 | 0 | 0 |
| 3 | 475.000 | 25 |
| 4 | 0 | 0 |
| Jumlah | 1.900.000 | 100 |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Alasan petani memilih menjual ojol ke pedagang pengumpul, karena terikat dengan jumlah pinjaman yang diberikan Toke Dalam ke petani sehingga petani tidak bisa menjual ojol ke toke lain. Jumlah keseluruhan pinjaman petani pada Toke Dalam dengan

persentase terbesar yaitu 75%. Sistem pengembalian dipotong dari setiap penjualan ojol petani ke Toke tanpa adanya bunga. Toke Dalam juga memberikan tunjangan hari raya (THR) ke setiap petani karet, seperti pemberian kain sarung dan minuman sirup.

Tabel 9. Jumlah Petani yang Meminjam Uang dan Tidak Meminjam Uang pada Pedagang Besar (Toke Luar) Saluran III

| No Sampel | Petani yang meminjam uang dan tidak meminjam uang/tahun(Rp) | Persentase (%) |
|-----------|---|----------------|
| 1 | 1.500.000 | 12 |
| 2 | 2.500.000 | 19 |
| 3 | 4.000.000 | 31 |
| 4 | 0 | 0 |
| 5 | 5.000.000 | 38 |
| Jumlah | 13.000.000 | 100 |

Sumber: Data Olahan Desa Teratak, 2014

Jumlah seluruh pinjaman petani pada pedagang besar dengan persentase terbesar yaitu 38%. Sistem pengembalian dipotong dari setiap penjualan ojol petani tanpa adanya bunga. Faktor lain yang menyebabkan petani memilih menjual ojol ke pedagang besar karena sudah langganan dan menurut petani toke cepat datang ke lokasi

tempat pengumpulan ojol petani sehingga petani tidak menunggu Toke dengan lama.

Momen tertentu pedagang besar juga memberikan tunjangan hari raya pada petani karet (THR) seperti, pemberian minuman sirup, kain sarung dan uang tunai sebesar Rp. 50.000 pada masing-masing petani.

Menurut James Scott (1981), adapun ciri-ciri hubungan *Patron-client* antara petani dengan pedagang adalah sebagai berikut:

1. Adanya kepemilikan sumberdaya ekonomi yang tidak seimbang antara petani dengan toke. Terlihat dilapangan bahwa,

ketidakseimbangan ini dimulai dari petani tidak memiliki akses untuk menjual ojol ke pabrik, berupa alat transportasi seperti truk pengangkut ojol ke pabrik. toke memiliki transportasi berupa truk untuk membawa ojol ke pabrik, dengan adanya hubungan ini jelaslah bahwa semua kendala dapat teratasi. toke juga memiliki modal yang berlebih dibandingkan dengan petani sampel. Kelebihan modal yang dimiliki toke, dapat memberi pinjaman terhadap petani sampel berupa uang kepada petani. Modal merupakan salah satu yang menjadi pertimbangan petani untuk mengambil keputusan dalam melakukan usahatani karet, sehingga petani tetap bisa melakukan usahatannya dengan baik. Hubungan kerjasama ini menimbulkan rasa kekeluargaan antara petani dengan toke, sehingga hubungan petani dengan toke dapat bertahan lebih lama.

2. Hubungan Resiporitas

Hubungan Resiporitas adalah hubungan yang saling menguntungkan, saling memberi dan menerima walaupun dalam kadar yang tidak seimbang. Terlihat dilapangan bahwa, hubungan petani dengan toke saling menguntungkan, ini terlihat dari kegiatan jual beli yang dilakukan antara petani dengan toke. Harga ojol ditetapkan sepihak oleh toke, meskipun demikian petani tidak merasa dirugikan karena, harga ojol yang

ditetapkan toke tidak terlalu rendah dengan harga pabrik dan harga yang ditetapkan toke sesuai dengan kualitas ojol petani. toke juga memberi bantuan kepada petani jika sewaktu-waktu petani membutuhkan bantuan tersebut, bantuan tersebut dapat berupa pinjaman uang untuk kebutuhan hidup petani sehari-hari serta biaya pendidikan. Petani yang melakukan pinjaman uang pada toke telah terikat dengan hutang sehingga, Petani yang telah terikat dengan hutang-hutangnya ke toke, tidak dapat lagi berpindah menjual ojol ke toke lainnya, karena sudah terikat dengan hutangnya ke toke tersebut. Hutang yang telah diberikan toke ke petani, membuat salah satu hubungan antara petani dengan toke dapat bertahan lama. Hutang petani ke toke dapat dibayar pada saat petani menjual ojol ke toke, tidak ada bunga dalam pinjaman uang yang diberikan toke dan juga tidak ada batasan pengembalian serta batasan pinjaman uang petani pada toke tersebut.

3. Hubungan loyalitas

Loyalitas adalah kesetiaan atau kepatuhan. Hubungan loyalitas dimaksud adalah suatu tindakan dari para petani selaku *client* kepada toke selaku *patron* untuk membalas jasa atas apa yang telah mereka terima selama ini. Petani dan toke berupaya mempertahankan hubungannya, dengan cara petani tetap menjual ojol ke

toke tempat petani biasa menjual ojol karena, petani merasa dengan cara ini petani dapat menunjukkan rasa loyalitas ke toke yang telah banyak membantu petani. toke juga berupaya mempertahankan hubungannya dengan petani, yaitu toke berusaha memberikan bantuan ke petani jika sewaktu-waktu petani membutuhkan bantuan dan toke juga membeli ojol petani meskipun, ojol petani tidak bagus karena toke tidak mau mengecewakan petani.

4. Hubungan personalia
Hubungan personalia merupakan hubungan yang bersifat langsung dan intensif antara *patron* dengan *client*, yang menyebabkan hubungan

terjadi tidak bersifat semata-mata bermotifkan keuntungan saja, melainkan juga mengandung unsur perasaan yang bisa terdapat dalam hubungan yang bersifat pribadi. Hubungan yang mengandung unsur perasaan yang seperti ini telah menimbulkan hubungan rasa saling percaya dan keakraban antara petani dengan toke. Hubungan yang saling percaya terlihat dari proses penimbangan hasil panen karet petani, sesuai dengan standar yang ada dan tidak ada kecurangan dalam penimbangan ojol dan biaya pemotongan ojol yang dilakukan toke sesuai dengan kualitas karet petani.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

1. Saluran pemasaran yang lebih efisien yaitu, pada saluran pemasaran III. Saluran pemasaran III total biaya pemasarannya lebih kecil dan *farmer's share* (Bagian yang diterima Petani) lebih tinggi dan efisiensi pemasarannya lebih kecil. Semakin tinggi tingkat persentase *farmer's share* yang diterima petani maka dikatakan semakin efisien kegiatan pemasaran yang dilakukan, dan sebaliknya semakin rendah tingkat persentase *farmer's share* yang diterima petani, maka akan semakin rendah pula tingkat efisiensi dari suatu pemasaran

2. Besarnya margin pemasaran terdapat pada analisis saluran pemasaran karet saluran I Toke Dalam dan saluran III, sebesar Rp. 2.500/kg. Efisiensi pemasaran yang lebih efisien (terkecil) diperoleh pada saluran pemasaran III yaitu sebesar Rp. 6,08% dengan biaya pemasaran sebesar Rp. 730/kg serta bagian yang diterima petani sebesar Rp. 83,33%.
3. Hubungan antara petani dengan toke yang paling menonjol adalah hubungan hutang piutang. Petani yang telah terikat dengan hutang tersebut, tidak bisa berpindah untuk menjual ojol ke toke lainnya, karena telah terikat dengan hutang yang diberikan toke, sehingga hubungan

keduanya dapat bertahan

Saran

1. Diharapkan hubungan antara petani karet dengan toke dapat bertahan lama dan juga diharapkan dapat saling menguntungkan serta dapat bekerja sama dengan lebih baik antara petani dengan toke.
2. Diharapkan kepada petani karet agar tetap

lebih lama.

melaksanakan perawatan atau pemeliharaan kebun karet supaya mendapatkan hasil produksi yang lebih baik lagi.

3. Analisis saluran pemasaran karet Desa Teratak, diharapkan nilai efisiensi pemasarannya dapat lebih kecil lagi, sehingga saluran pemasarannya lebih efisien lagi

DAFTAR PUSTAKA

- BPS Riau Dalam Angka, 2013. **Luas Areal Perkebunan menurut Tanaman dan Kabupaten.** Pekanbaru.
- Dinas Perkebunan Kabupaten Kampar, 2011. **Luas dan Produksi Perkebunan Rakyat Komoditi Karet menurut Kecamatan.** Kabupaten Kampar.
- Gumbira, 2004. **Manajemen Agribisnis.** Ghalia Indonesia. Jakarta.
- Gumbira, 2004. **Manajemen Agribisnis.** Ghalia Indonesia. Jakarta.
- James, C Scott, 1981. **Moral Ekonomi Petani.** Lembaga Pendidikan dan Penerangan Ekonomi dan Sosial. Jakarta.

- Meryani, 2008. **Analisis cabang usahatani tataniaga kedelai di Kecamatan Ciranjang, kabupaten Cianjur Jawa Barat.** skripsi Fakultas Ekonomi. Institut Pertanian Bogor. <http://www.chlidofgod.blogspot.com>. Diakses pada tanggal 3 Juli 2014.
- Renaldi, 2011. **Analisis Pemasaran Karet di Desa Batubelah Kecamatan Kampar Kabupaten Kampar.** Skripsi Universitas Riau. Pekanbaru.
- Sudiyono, 2002. **Pemasaran pertanian.** Universitas Muhammadiyah. Malang.
- Soekartawi, 2002. **Prinsip Dasar Ekonomi Pertanian: Teori dan Aplikasinya.** PT Raka Grafindo Persada. Jakarta